BOWLING NEWS
·B·U·S·I·N·E·S·S·

Le Magazine du Bowling Professionnel N°01 - Janvier/Février/Mars 2015

TRAJECTOIRES :
Entretien avec Stéphane Fontaine, P.-D.G. du groupe Bowling World/Speed Park



Votre centre est - il “Strike”, “Spare” ou ... “Split” ?

NEWS · INTERNATIONAL · EMPLOIS · ANNONCES · BONNES ADRESSES · CHIFFRES · TENDANCES · OUVERTURES · DESIGN · AGENDA · BOISSONS · VIP’s · SUR LE WEB ·

Sommaire



N°01 - Janvier/Février/Mars 2015 - Illustration de couverture : JM editions



Ce premier numéro de Bowling News - Business est dédié à **Olivier Lévèque,** un copain trop vite disparu qui m'a ouvert les portes du monde du bowling français. Sans ton amitié, Olivier, cette incroyable aventure, débutée à l'aube des années 2000, n'aurait jamais été possible...





Votre centre est il : ‟Strike”, ‟Spare” ou... ‟Split” !?!

20 questions/réponses pour le découvrir !

C'est, avec un brin de provocation que, chers propriétaires ou exploitants de centre de bowling, je vous pose cette question !

Pour ceux pour qui le titre de cette rubrique ne serait pas encore assez explicite, je vais reformuler plus classiquement : votre centre est-il à la pointe du progrès technologique et commercial ou fait-il parti de ces centres “vieillissants”, qui, crise économique comme bon prétexte oblige, n'ont pas fait l'effort de se renouveller, se moderniser, saisir “l'air du temps”, sentir les tendances, mieux encore les anticiper. Plus l'époque est difficile et plus, il faut réagir.

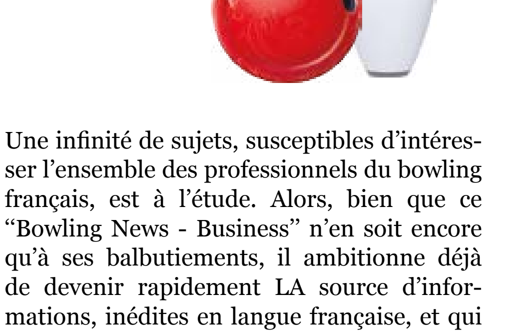
Ce petit Quizz n'a donc pour autre ambition que (peut être ?) attirer votre attention sur tel ou tel élément commercial qui vous aurait échappé (on ne sait jamais !?!). Vous pouvez intervenir sur certains, la plupart d'entre eux rassurez-vous, et peut être l'absence de possibilité sur d'autres vous expliquera-t-il pourquoi votre centre ne “fonctionne” pas autant qu'il le pourrait.

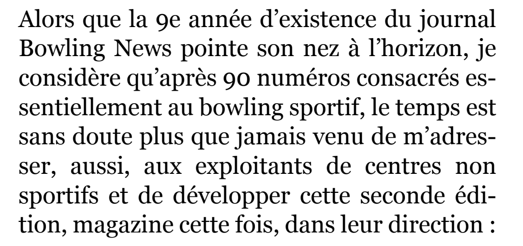
Allez, c'est parti comptez un point par réponse «oui» et aucun pour chaque réponse «non» puis faite le total...

Question	oui	non
1. Votre centre est situé en pleine zone commerciale, à proximité immédiate (à pieds donc) de salles de cinéma multiplexe, d'un hypermarché ou autres grandes enseignes ?	☐	☐
2. Votre dernière modernisation, même mineure, remonte à moins de cinq ans?	☐	☐
3. Vous poposez des animations «Anniversaires enfants» ?	☐	☐
4. Vous possédez une salle de séminaire, toute équipée, pour les entreprises ?	☐	☐
5. Vous organisez des tournois et vos pistes sont homologuées ?	☐	☐
6. Vous possédez des billards, jeux vidéos, jeux d'arcade ?	☐	☐
7. Vous proposez d'autres animations moins courantes (karting, laser, plaine de jeux pour enfants) ?	☐	☐
8. Vous proposez la privatisation de tout ou partie de vos pistes ?	☐	☐
9. Vous êtes ouvert 7 jours / 7 ?	☐	☐
10. Tous les membres de votre personnel vous sont fidèles depuis plus de cinq ans ?	☐	☐
11. Vous proposez à votre personnel un intéressement aux bénéfices ?	☐	☐
12. Vous avez mis en place un système de reconnaissance et fidélisation de vos clients ?	☐	☐
13. Vous organisez des soirées karaoké, concerts, spectacles ?	☐	☐
14. Votre centre posséde un site Internet et/ou celui-ci est présent sur les réseaux sociaux ?	☐	☐
15. Vous avez mis en place régulièrement des visites corporatives (3e âge, jeunes des écoles, etc...) ?	☐	☐
16. Des retransmissions sportives sont possibles sur vos écrans de pistes ?	☐	☐
17. Vous avez mis en place de la messagerie publicitaire locale ou nationale sur vos écrans ?	☐	☐
18. Vos résultats financiers sont en hausse ou, au pire, stationnaires ces cinq dernières années ?	☐	☐
19. Vous gérez plus d'un centre ?	☐	☐
20. Disposez-vous d'un parking suffisant et accessible ?	☐	☐
Total :	☐	☐

15 à 20 points : vous frisez le jeu parfait, votre centre est au Top. **10 à 15 points :** Strike, belle moyenne ne reste qu'à vous améliorer encore ! **5 à 10 points**: Attention, Spare, un (petit ?) effort et vous ferez mieux...
0 à 5 points: Définitivement (?) Split... Changez d'activité ! ;-)







‟Le changement... C'est maintenant !”

Alors que la 9e année d'existence du journal Bowling News pointe son nez à l'horizon, je considère qu'après 90 numéros consacrés essentiellement au bowling sportif, le temps est sans doute plus que jamais venu de m'adresser, aussi, aux exploitants de centres non sportifs et de développer cette seconde édition, magazine cette fois, dans leur direction :

En effet, aujourd'hui, rappelons que le bowling en France : c'est environ 400 centres pour près de 5000 pistes... Sur ces centres, moins de 40%, soit 153 très précisément*, sont des “bowling sportif” qui organisent régulièrement sur leurs pistes des ligues, tournois et autres Championnats Départementaux, Régionaux ou Nationaux.

Ne se consacrer qu'à eux, c'est tourner le dos à ce que beaucoup considèrent déjà comme étant : “une nouvelle génération de centres de bowling”.

La révolution du bowling est en marche et comme pour toute révolution, les uns saisiront la balle (la boule ?) au bond et d'autres, inévitablement, resteront sur le carreau.

Dans cette époque où la morosité ambiante essaye de s'imposer à tous (merci au passage à tant de médias de s'en faire les complices), rien de mieux pour relancer la machine, que d'être innovants, inventifs, créatifs !

“Bowling News - Business” est là pour vous accompagner vers cette ère nouvelle qui s'ouvre à vous !

* Sources : FFBSQ 2014

Une infinité de sujets, susceptibles d'intéresser l'ensemble des professionnels du bowling français, est à l'étude. Alors, bien que ce “Bowling News - Business” n'en soit encore qu'à ses balbutiements, il ambitionne déjà de devenir rapidement LA source d'informations, inédites en langue française, et qui s'adresse principalement aux exploitants de centre.

Si, plus largement, vous faites partie de toutes les catégories professionnelles qui gravittent autour du monde du bowling (grandes marques, prestataires de produits et services, techniciens, opérateurs pro-shop etc...), le moment est sans doute venu pour vous de devenir partenaires du magazine et de diffuser vos publicités sur ce nouveau média.

Sachez que durant toute l'année 2015 “Bowling News - Business” sera diffusé gratuitement auprès de l'ensemble des 400 centres de bowling français ! Une opportunité exceptionnelle pour vous de faire découvrir vos marques auprès d'une clientèle qui, depuis toujours, a été en manque d'un support professionnel de qualité.

Nous sommes bien évidement à l'écoute de toutes vos suggestions et essaierons, dans la mesure du possible, d'en tenir compte dans nos prochains numéros...

D'ici là, n'hésitez pas à me contacter par email: contact@bowlingnews.fr

Jacques Mouchet,
Responsable de la publication



Entretien avec **Stéphane Fontaine,** P.-D.G. du groupe Speed Park/BowlingWorld

Une autre bonne raison, de faire essuyer les plâtres à Stéphane Fontaine : le titre de la rubrique «Trajectoires», qui lui va comme un gant (de course automobile ?) lui qui, à temps perdus (?), est fanatique de bolides en tous genres. Bolides qu'il doit, comme son entreprise, piloter... A fond !

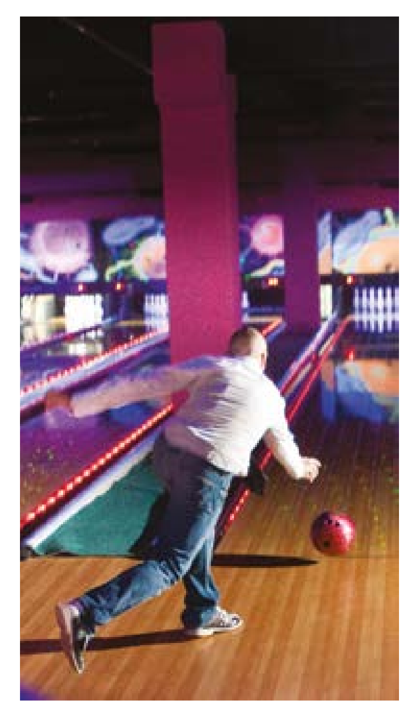
Bowling News : A la suite de quelles circonstances as-tu été amené à entrer dans le monde du bowling français ? As-tu débuté par une activité uniquement karting In -Door ?
Stéphane Fontaine : En 1998 j'ai créé un karting In-Door avec un restaurant et un bar à Jaux dans la zone d'activité de Compiègne. Mon idée était de créer un mini parc de loisirs urbain. J'ai ensuite découvert l'activité bowling et laser et j'ai trouvé que ces activités se complétaient bien. C'est donc en 2001 qu'est né le concept SpeedPark tel qu'on le connait aujourd'hui.

Pourquoi le nom "SpeedPark" ?
Il se retient vite. Je voulais un nom qui se démarque de la concurrence. Littéralement cela signifie : "Parc de loisirs rapides". Le concept est de proposer un maximum d'activités dans un seul et même lieu où un client passe en moyenne 2 à 3 h de son temps, alors que dans un grand parc de loisirs, c'est toute la journée.
En 2005, nous déménageons dans un autre bâtiment près de Compiègne et nous ouvrons Hénin-Beaumont et Châlons-en-Champagne. En 2007, c'est notre plus gros projet qui ouvre ses portes à Conflans-Ste-Honorine. A l'époque il s'agit du plus grand bowling de France avec 40 pistes. En 2009, ouverture de notre premier BowlingWorld à Blois. Il s'agit d'un bowling de 20 pistes. En 2010 s'enchaînent les ouvertures du BowlingWorld d'Arras et du SpeedPark dans la ville mythique du Mans. Puis en 2011, ouverture d'un complexe à Beauvais et en 2012 d'un autre aux Clayes-sous-Bois. Cette année, nous ouvrons notre dixième site à Vannes.

Tous nos complexes sont des créations sauf à Blois où le bâtiment existait déjà. C'est de là qu'est né la marque BowlingWorld. Nous nous développons également depuis 2 ans, sous forme de franchises des marques SpeedPark et BowlingWorld. Nous en comptons 4 actuellement.

Aujourd'hui les deux enseignes Speed Park & Bowling World se différencient-elles uniquement par le fait qu'il y ai ou non un karting In-Door proposé comme activité ?
En effet, les deux enseignes ne se différencient que par une activité en moins : le karting. Car ils nous est arrivé de créer des complexes proches les uns des autres (ex : Hénin-Beaumont/Arras). Pour leur clientèle je voulais une bonne compétition des concepts.

Ces 10 centres ne s'adressent qu'à une "clientèle open", aucune compétition n'y étant organisée. Est-ce une volonté délibérée de ta part de ne pas faire de bowling sportif ? Cette décision tient-elle au tarif d'homologation des pistes ?



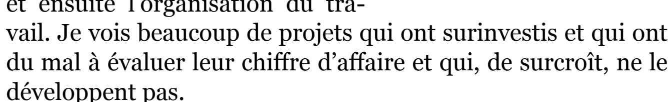
A la base, les 10 complexes s'adressent à tous. Tout le monde est le bienvenue chez SpeedPark/BowlingWorld et donc les licenciés également. Pour preuve nous avons 2 clubs très actifs à Blois et Hénin, que je salue ! En effet les licenciés d'Hénin ont été les premiers à nous solliciter et à nous faire confiance. J'en profite pour remercier Denis Gaillard. Néanmoins nous n'avons pas la culture sportive du Bowling et se sont les clubs qui nous sollicitent. Nous sommes ravis de les accueillir il y aura toujours de la place pour eux. Pour le tarif d'homologation je n'ai pas d'avis si ce n'est qu'il faut rémunérer les personnes qui travaillent pour la Fédération.

"Aucune des affaires que nous avons créées n'a fermé à ce jour"

Quelles sont tes relations avec la Fédération ?
Nos relations avec les Fédérations sont quasi inexistantes. Je reconnais comprendre mal leur démarche. Voici une anecdote : Je suis issu du milieu du sport automobile et j'ai eu la chance de faire une petite carrière sympa et de travailler avec la Fédération automobile. Ils étaient très actifs pour le développement de leur sport. Pour le Bowling on a l'impression que les propriétaires de salle comme moi sont des ennemis à éviter. J'ai eu l'occasion de rencontrer deux responsables de la Fédération à une réunion. Je leur ai demandé quel intérêt il y avait pour eux à monter un bowling alors qu'il y avait déjà beaucoup de structures existantes. Je n'ai pas eu de réponse. J'étais à l'époque sur le projet des Clayes-sous-Bois et leur projet se situait à une dizaine de kilomètres. Je ne trouvais pas ça très judicieux. Mais pour eux ce n'était pas mon problème. ●●●

Pour moi la Fédération ne se rend pas compte du potentiel qu'elle a et comment elle pourrait développer la notoriété de son sport et son nombre d'adhérents. Je connais le syndicat de propriétaires de bowling et je trouve dommage que la Fédération ne s'implique pas plus à ses côtés car c'est au détriment de notre métier et du sport.

Quelles sont, selon toi, les éléments qui différencient tes activités des autres centres qui proposent le même type de prestations ? Ou, autrement formulé et plus généralement, quels seraient les «plus» de tes enseignes sur les autres ?
Ce qui nous différencie des autres n'est pas une question facile. Il y a tellement de concepts différents. Je pourrais dire que notre service commercial qui compte 24 commerciaux implantés sur chacun de nos complexes à plein temps pour vendre de la pub, des événements et de la billetterie est un élément fondamental de notre réussite. Mais ce qui compte avant tout est le coût d'investissement de départ et ensuite l'organisation du travail. Je vois beaucoup de projets qui ont surinvesti et qui ont du mal à évaluer leur chiffre d'affaire et qui, de surcroît, ne le développent pas.



Tu as créé il y a quelques années une structure qui, faisant profiter de ton expérience, aide à l'installation d'autres centres (ndr : dont le centre de bowling de Chalons en Champagne a été, le premier en date) peux tu en évoquer les grandes lignes ?
La structure existe toujours à travers la franchise. Je suis un passionné de mon métier et je reste à l'écoute des exploitants qui veulent monter des projets. Nous pouvons les aider à la construction et à la conception de leur structure et j'en suis ravis. Châlons est une de ces supers aventures humaines et je tiens à remercier François Demizieux de m'avoir fait confiance.
Ma première mission de conseil a été la piste de kart d'Orléans "Kart Racer", puis un projet de bowling 20 pistes à Ozoir La Ferrière : un super projet de création, merci à Richard (ndr : Fitousi). Actuellement nous avons une mission de conseil auprès des frères Monier pour un projet de bowling / laser à Avrainville. Je tiens à remercier également ma collaboratrice Caroline Majerus qui travaille sur tous nos projets de développement et d'aide à la conception.



Plus généralement que penses-tu de la situation et l'avenir du bowling en France ? Le maillage, de plus en plus serré, de la France avec aujourd'hui près de 400 centres en activité laisse-t-il encore des possibilités d'expansion de cette activité ? Le secteur est-il pour toi encore porteur ?
Il y a beaucoup de structures anciennes et il y a donc encore pas mal d'opportunités de transfert ou de changement de concepts. Les petites structures disposent d'assez de place pour créer des 10 ou 12 pistes. C'est là notre mission, là où nous pouvons intervenir, pour créer ou déplacer un complexe de loisirs.

Aujourd'hui il y a de bons professionnels en France qui méritent, comme nous, d'avoir une structure nationale avec le soutien de la Fédération.

D'autres projets à court ou moyen termes ?
Oui, nous avons d'autres projets notre objectif est d'en monter environ un ou deux par an.

Un sujet sur lequel tu aimerais t'exprimer dans un prochain numéro de Bowling News et auquel je n'aurai pas pensé ?
Les plaines de Jeux ...

Merci Stéphane de nous avoir consacré du temps et merci surtout pour tes réponses qui n'ont pas manquées de franchise. A bientôt donc !

Le groupe SpeedPark/BowlingWorld en quelques chiffres
Sur 10 centres :
une surface totale de près de 50.000 m2
Plus de 300 pistes créées
300 employés
1,5 millions de visiteurs par an

International



« 100% européen ! »



Emanuele Govoni,
P.-D.G. de QubicaAMF Bowling Products

Fondé par Roberto Vaioli, Luca Drusiani et Emanuele Govoni en 1993 (avec seulement 10.000 US $ de capital !) Qubica Worldwide a rapidement connu le succès avec en 12 ans l'installation de plus de 35.000 pistes dans 50 pays.

Après avoir racheté la société Mendes en 2003, Qubica entra en juin 2005 pour 50% dans le capital de la compagnie AMF Bowling Products, les co-fondateurs de la société Qubica Worldwide ont annoncé qu'ils récupéraient le contrôle total de 100% de QubicaAMF Bowling Products.

Emanuele Govoni, ancien P.-D.G. de Qubica Worldwide et Directeur du marketing chez QubicaAMF devient le nouveau P.-D.G. de QubicaAMF Bowling Products. Il déclaré : «Avec ce rachat, nous revenons à nos racines et nous pensons que nous positionnons pas simplement notre entreprise mais l'ensemble de l'industrie du Bowling dans une ère nouvelle.

Nous sommes extrèmement honorés qu'après 20 ans d'expérience nous ayons maintenant l'opportunité de porter la légendaire marque AMF conjointement avec celle de Qubica à un nouveau niveau. Depuis la création de Qubica nous avons été incroyablement chanceux et bénis et nous sommes très reconnaissant qu'ainsi notre voyage dans l'industrie du bowling perdure pendant de nombreuses années à venir.
Pour que tout cela arrive notre groupe a décidé d'investir ses propres fonds. Nous venons tous du monde du bowling et croyons en cette entreprise, en nos clients et en nos excellents employés de par le monde.

Nous sommes impatients de découvrir le potentiel et les opportunités que va représenter le futur du bowling. Le bowling possède de solides fondations en tant que business, en tant qu'activité de loisirs et en tant que sport. Nous allons travailler dur pour contribuer à la création, revitalisée et ré-energisée, de cette industrie ou l'amusement, l'innovation et les transformations vont procurer une nouvelle croissance économique à nos clients de par le monde.»

V.I.P.' s

Hommage à **Eric Fauville, QubicaAMF France**



Eric Fauville,
Directeur QubicaAMF France

A l'occasion de la 50e édition de la Finale Nationale de la Coupe Monde QubicaAMF, Eric Fauville, Region Managing Director Southern Europe & Africa QubicaAMF Worldwide LLC, France a annoncé son prochain départ à la retraite.

Eric a rappelé qu'entré en 1984 pour une période initialement prévue de deux ans, il sera finalement resté chez AMF puis QubicaAMF... 30 ans. Signe, comme il l'a exprimé de ses propres mots, que : « la société était... attachante !». Trois décénnies durant lesquelles un nombre plus important que jamais de nouveaux centres de bowling furent ouverts et dont il en fut, bien souvent, à l'origine !

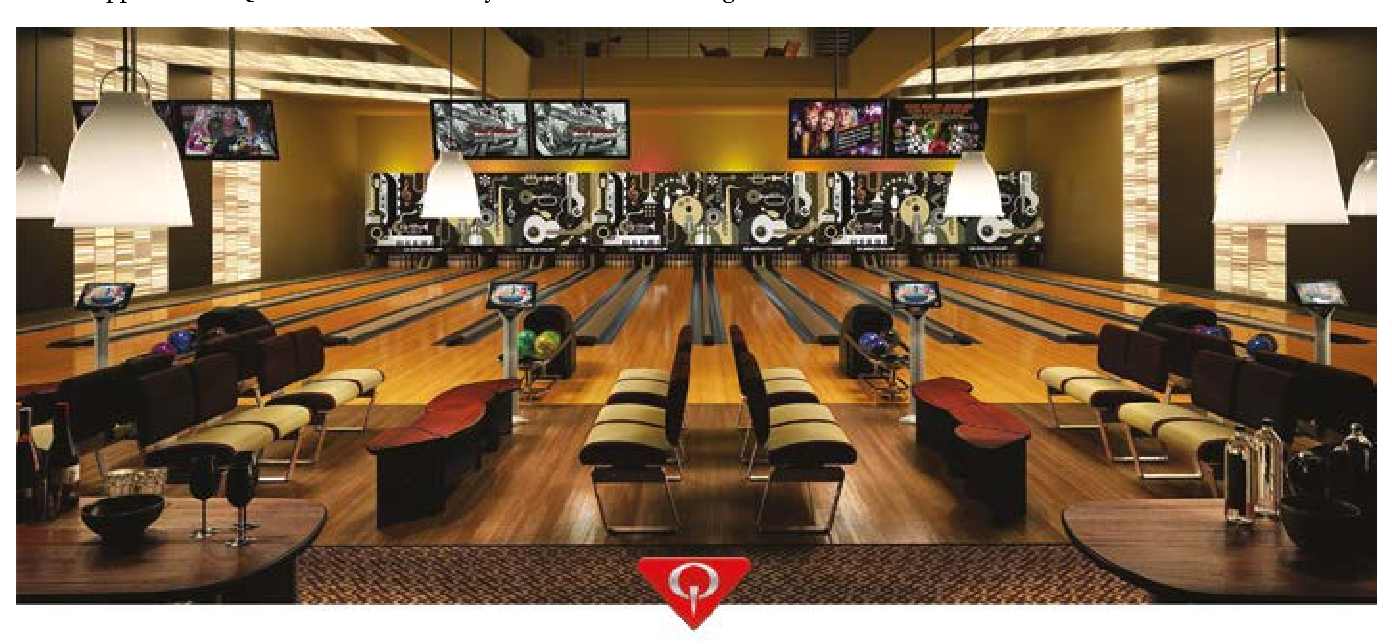
Pour avoir travaillé moi-même durant quelques années pour et chez AMF, je peux témoigner pour ma part qu'en 30 ans d'activités professionnelles diverses et variées, je n'ai jamais connu de patron plus... "Attachant" !

Le lancement de ce magazine me donne l'occasion de renouveller à Eric tous mes remerciement pour l'aide qu'il m'aura apporté sur le plan professionnel et humain et lui souhaiter une excellente retraite (qui, je le devine déjà, sera très active !). Je souhaitais pour finir exprimer toute mon admiration mais plus encore, toute mon amitié et toute ma sympathie à ce personnage qui restera unique dans l'histoire du bowling français.

Jacques Mouchet

Christophe Chauvard, successeur d'Eric Fauville entouré d'une équipe, renforcée d'une quinzaine de personnes, dont Frédéric, Bruno, Paule, Jean-Philippe, Véronique, Xavier (des spécialistes de longue date du monde du bowling); œuvrent sur le marché au quotidien.

Rendez-vous est donc pris avec Christophe Chauvard qui, dans notre prochain numéro, nous dévoilera la stratégie de développement de QubicaAMF et son analyse du futur du bowling.



Pro-shop

par François Sacco www.ProShopSacco.fr

EBONITE « *Salute* »

SPECIFICATIONS :
Coque : Big Time Hybrid 80/20 - Surface : 1000 Abralon +1500 Polish
- RG : 2.500 - Diff : .056 - Flare : 4'à 7'

DESCRIPTION ET ANALYSE :
Cette boule est une toute nouvelle combinaison avec un noyau de forme symétrique, déjà utilisé auparavant, pour les connaisseurs, sur l'"***Apex Adrénaline***". Ce noyau est entouré d'une toute nouvelle coque Hybrid, qui possède, **pour la première fois sur le marché,** un mélange Solid/Pearl déséquilibré a 80/20. Habituellement les coques Hybrid sont faites avec un taux égal Solid/Pearl alors que pour la "***Salute***", la coque à été conçue avec 20% de Solid et 80% de Pearl.

La préparation de la surface en usine est 1000 Abralon + Polish, ce qui donne une base très rugueuse sous le polish. De cette combinaison, on trouve une très bonne friction en milieu de piste pour une réaction très stable et continue en fin de piste vers les quilles.

En configuration originale, cette boule s'utilise sur pistes medium à medium-sec selon les types de jeux plus ou moins rapides et sur des synthés plutôt agressifs, lorsqu'on recherche du contrôle dans la réaction. Le mélange de la coque a 80% de Pearl donne une possibilité d'accumuler plus d'énergie pour mieux dominer le transfert d'huile.

Les conditions où cette boule fonctionne moins bien, sont bien évidement les conditions huilées ou longues. Comme sur toutes les coques Hybrid, La "***Salute***" accepte tout types de changements de surfaces donc il peut être intéressant de modifier avec du 2000 ou 3000 Abralon la surface pour utiliser cette boule sur huilages longs ou sports.

Pour résumer : due a sa nouvelle version Hybrid 80/20, cette boule est un très bon complément d'une boule mate, pour continuer à jouer lorsque les têtes et milieu de pistes commencent à se dégrader et lorsque vous recherchez une réaction contrôlable sur des synthétiques agressifs ou "roulants".

Retrouvez les chroniques Pro Shop 2014 de François Sacco sur www.bowling.fr/htm/pro-shop.htm ou sur bowlingnews.fr/sport/htm/pro-shop.html



Brent Perrier,
Président de
Brunswick Bowling Products

Brunswick

“un contrat historique !”

Brunswick Bowling Products a annoncé en fin d’année dernière son accord avec le “United States Bowling Congress” pour devenir le fournisseur exclusif d’équipement de pistes pour l’USBC’s Open qui débutera en 2015. Cet accord est considéré comme : **“le plus long contrat de l’histoire des Championnats USBC”** puisqu’il a pour échéance... 2024 !

Une belle manière de confirmer, comme l’a déclaré **Brent Perrier,** Président de Brunswick Bowling Products que : ***«Notre engagement dans le bowling sportif comme dans l’industrie du bowling reste ferme. Nous estimons à sa juste valeur la confiance que nous porte l’USBC comme en témoigne cet accord.»***

Cet équipement comprend les pinspotters GS-X, les pistes synthétiques Pro-Lane, les retours de boules ainsi que le système de scoring prouve, toujours selon Brent Perrier que : ***«ma société reste un fervent supporter de l’industrie du bowling».***



Emplois



Vous êtes à la recherche d'un emploi ou d'un employé dans le milieu du bowling ? Utilisez notre rubrique "Annonces" et voyez celle-ci diffusée auprès de l'ensemble des 400 centres de bowling français !

BOWLING DU ROUERGUE, RODEZ

Alain, notre mécano depuis 15 ans, vient de faire valoir ses droits à la retraite. Gilbert BASTIDE recrute son successeur qui aura la charge et l'entretien des machines (type 8270) et des pistes. Poste CDI évolutif . Merci de me contacter rapidement : contact@bowlingdurouergue.com ou par téléphone au : 05-65-67-08-15

Annonces

Vous souhaitez vendre ou acheter du matériel de bowling ? Utilisez notre rubrique Annonces' et voyez celle-ci relayée auprès de l'ensemble des 400 centres de bowling français !

A vendre

CENTRE DE BOWLING
dans le Nord de la France
Tél. : 03 20 01 01 88

5 kg de doc !
Collection complète *Bowling Presse* (2000 à 2006) et *Bowling News* (2007 à 2012).
13 ans d'actualité Française et Internationale.
A vendre en bloc ou par année.

DVD rares !
Pièces de collection.
Les Pros en action en 1938, 1981, 1982, 1985 et les grandes étapes Françaises de l'AM Tour en 1987 et 1988 à Toulouse, La Matène, le Mans, Pont-à-Mousson, Avignon.
Commentaires en Français. Prix à débattre.

Contactez Bernard Mora,
bernmora@club-internet.fr

Voyages

Bowling & Tourisme



Açores
On étudie une possibilité de "voyage bowling" aux Açores. Le projet comporte un déplacement de 5 jours entre le Vendredi 4 et le Mardi 8 Septembre 2015. Coût (estimation) avion + hôtel pour une personne seule 700 € ; pour deux dans la même chambre 500 € par personne.

USA, Floride
Le "World Seniors Invitational" se jouera entre le 26 Avril et le 2 Mai 2015. C'est un Tournoi très international réservé aux Messieurs de 50 ans et plus et aux Dames de 45 et +. Il se disputera sur les 40 pistes du Strikers Bowl de Sunrise (Miami). Estimation des frais, avion, voiture, hôtel, engagement : 2.300 € pour une personne seule ; 1.800 à deux par chambre ; 1.600 à trois.

Pour ces deux projets, contactez Bernard Mora
Tél. : 01.39.69.95.76.
bernmora@club-internet.fr



Histoire

INTERNATIONAL BOWLING MUSEUM & HALL OF FAME

Aux USA, le bowling, par le nombre de ses pratiquants est le sport n°1. Le pays ne pouvait donc que célébrer cette situation par la création, dès 1993, d'un Musée qui, fermé en 2008, a déménagé et ré-ouvert en 2010.



Alors, si vous voyagez aux USA et plus précisément au Texas, ne manquez pas la visite à Arlington, de l'**International Bowling Museum & Hall of Fame** qui contient toutes les informations et tous les objets vintage que rêve de découvrir tous les fans de bowling... Et d'histoire !
Toutes les infos sur : **www.bowlingmuseum.com**



Implanté depuis 1995 en France, **Megazone Laser Games** ouvre son premier site à Lyon après avoir découvert ce concept en Suède. C'est à la même époque que la marque devient l'unique représentant de P&C Micros, premier fournisseur de jeux laser au monde avec environ 600 sites sur toutes les continents.

Avec aujourd'hui 75 implantations en France, Megazone Laser Game poursuit son développement à un rythme soutenu (12 nouveaux centres en 2014).

Ce développement est facilité par la sortie de nouveaux équipements comprenant les toutes dernières technologies ainsi que des modules interactifs comme des cibles ou des mines.

Dés début 2015, de nouvelles installations sont prévues à Bailly Romainvilliers, Bourg en Bresse, et Chaumont.

Ce jeu, très populaire auprès de tous types de clientèle, peut être installé dans l'enceinte même de votre centre de bowling (dans la mesure ou vous disposez d'une surface minimum de 100 m2) et constituer ainsi une offre de distraction alternative pour vos clients. Le temps d'installation moyen est d'environ 2 mois. Le centre de bowling fait aménager l'espace laser par un menuisier et un électricien en suivant les plans d'implantation fournis par Megazone Laser Game qui propose ensuite une décoration adaptée par leur décorateur.

La multiplicité des propositions de loisirs différents au sein d'un même espace est aujourd'hui un moyen très efficace pour attirer puis fidéliser une nouvelle clientèle et peut rapidement devenir une source de revenus complémentaires loin d'être négligeable.

23 centres de bowling ont déjà intégré, soit dès leur création soit plus tard, une zone laser. Aucun exploitant de centre n'ayant eu à ce jour à regretter cette décision : les clients, attirés par ce jeu, complétant efficacement ceux plus intéressés par l'offre bowling.

Agenda



Du 22 au 25 mars aura lieu à Paris, Porte de Versailles le salon des franchisés. Un excellent moyen pour rencontrer 400 enseignes, des banques pour financer vos projets, des experts de la franchise, des spécialistes de la création d'entreprise. tous les détails sur : **www.franchiseparis.com**

Ouverture de centre

Dernier centre à voir le jour en 2014 : le **Chicago Bowling** d'Avrainville dans l'Essonne (91). Ce 16 pistes, ouvert le 3 décembre dernier, propose aussi de nombreuses autres activités comme une salle de séminaire (50/60 personnes), un laser (de 300 m2), une salle de billards (2 américains et 10 pool), une salle de jeux d'arcade sur 140 m2 (comprenant une vingtaine de machines), 2 salons Bar & Lounge. La restauration quant à elle est assurée par Hippopotamus et Baya Pizza.

CHICAGO BOWLING - RN 20 - ZA Les Marsandes
Rue Louise de Vilmorin - 91630 AVRAINVILLE
Tél. : 01 64 94 38 42 - **chicago-bowling.fr**



Bonnes adresses



Il n'est pas incompatible d'être amateur de bowling et de bonne chère.

Tous ceux qui aime l'un et l'autre se retrouveront avec plaisir au Bowling du Rouergue de Rodez, une des meilleures adresses en ville !

Au programme ?... Un succulent aligot, un plateau de charcuteries aveyronaises ou une pièce de boeuf Charolais, fondant sur la langue.

BOWLING DU ROUERGUE
Espace St Marc
88 Route d'Espalion
12850 Onet-le-Château
Tél. : 05 65 67 08 15

Chiffres





en 2014 : 95 millions de personnes ont pratiqué le bowling dans 90 pays différents



3300 c'est le nombre de membres de la toute puissante BPAA (Bowling Proprietors Association of America - Association des Propriétaires de Bowling Américain) fondée en 1932. **Leurs devises :** «Nous sommes un groupe d'hommes et de femmes dynamiques qui pensent que l'union et le service sont toujours les clefs du succès». «La vision de le BPAA est de faire que les centres de bowling soient une destination de choix pour tous .../... La mission de la BPAA est de développer les ressources de chacun de ses membres.»

Boissons









Fidèle à sa réputation de sponsor sportif n°1 aux USA, la toute puissante marque de sodas **Pepsi** est déclarée la boisson sans alcool officielle du bowling et plus précisément de la PBA (Professionnal Bowling association) depuis 2002.

Une mane de plusieurs millions de dollars reconduite depuis, chaque année, et que se partage les différentes compétitions sportives en fonction de l'importance de l'évènement.

A quand l'équivalent en France ?...





Tendances

Mathieu, décograffeur



DU "STREET ART" AILLEURS QUE DANS LES RUES

A une époque où les oeuvres de Jean-Michel Basquiat, s'arrachent à prix d'or, peut être le moment est-il venu de décorer votre centre de manière originale. Des "artistes de rue" sont prèts à embarquer leurs bombes de peintures, aérographes et autres accessoires pour venir tagger les murs nus de vos centres. Un peu d'originalité ne nuit pas, j'espère vous en convaincre.

C'est à l'occasion de la Finale Nationale de la Coupe du Monde QubicaAMF (qui avait lieu dans le centre de bowling de 20 pistes de Fontaine-Le-Comte, près de Poitiers) que j'ai eu l'opportunité de découvrir la fresque de Mathieu.

Sur plusieurs dizaines de mètres, ce graffeur de talent avait illustré sur les murs d'un large couloir menant à l'accueil, les diverses activités du centre.

J'ai toujours été admiratif de ces graffeurs et ne suis visiblement pas le seul puisque, de plus en plus, de nombreuses activités commerciales font appel à eux pour illustrer leurs façades et locaux.

Un "Street Art" (art de la rue) qui de l'autre coté de l'Atlantique a depuis longtemps déjà acquis ses lettres de noblesses. Certains artistes négociant la réalisation de leurs oeuvres pour plusieurs dizaines voir centaines de milliers de dollars. Qui nous dit que des peintres comme Pablo Picasso, Salvator Dali (pour ne citer que ceux là), ne seraient pas, s'ils vivaient aujourd'hui, des graffeurs de génie ?

En attendant, si l'envie vous prend d'investir dans une déco personnalisée pour votre centre, je ne peux que vous inviter à visiter le site Internet de Mathieu et constater comme je l'ai fait, toute l'étendue de son talent sur : **deco-graffeur.com** D'ici là, je passe la parole à Mathieu pour qu'il achève de vous convaincre et se présente :

Graffeur en "graffiti décoration" depuis 1994 (graffiti alors réalisé comme passe-temps), j'ai toujours été passionné par les fresques et le tag.

De formation scientifique (Eh oui! qui n'a rien à voir avec le graffiti et le monde de la décoration graffiti), le monde du tag et celui des graffeurs m'ont toujours fascinés. En 2005 j'ai pu réaliser un rêve : celui de pratiquer ma passion à plein temps, en créant une structure à bénéfices non commerciaux: Décograffeur©.

Me déplaçant sur toute la France, je suis à votre disposition pour discuter plus précisément de votre projet de fresque, deco graff, quels qu'ils soient, tous styles de décoration graffiti est envisageable.

Bonne visite de mon site !

Salon international



Du 22 au 26 juin se tiendra à Las Vegas, Nevada, USA. une nouvelle édition du salon International BowlExpo, la grand messe de la profession ! toutes les marques, toutes les nouveautés, les meilleurs professionnels y seront présents !... Et vous ?

Toutes les infos indispensables sur **www.bpaa.com/bowlexpo**

Evènements



Vous organisez un évènement dans votre centre ?

Annoncez le dans les pages de **Bowling News - Business** pour un tarif très raisonnable.

En complément, cette annonce peut être relayée de manière plus interactive que sur notre édition papier en figurant (cette fois gratuitement)
sur **bowling.fr** et/ou **bowlingnews.fr**
Contactez-nous au : 06 82 00 36 38 ou : **contact@bowlingnews.fr**

Publicité

Les formats : Pleine page (format 210 x 270 mm) et 1/2 pages (format 90x 240mm ou 180 x 120mm) sont possibles en fonction de votre budget.

Le format est exprimé en millimètres : largeur par hauteur.

La publicité doit nous parvenir au format numérique
Adobe Acrobat .pdf **aux dimensions exactes**
et **à l'exclusion de tous autres formats**.

Fichier et règlement de la publicité doivent
impérativement nous parvenir avant le 20 du mois pour une parution fin de mois, le cas échéant sa diffusion sera reportée au mois suivant.

A noter qu'en fonction du nombre de publicités que vous publierez, vous pouvez bénéficier de réductions allant de 10 à 20% !

contact@bowlingnews.fr - Tél. : 06 82 00 36 38

Sur le Web



Sites Internet & réseaux sociaux

En France, les sites Internet consacrés à des centres de bowling peuvent aller du meilleur au... Pire !

Posséder un site Internet est devenu pour une entreprise, et quelque soit son secteur d'activité, un incontournable.

L'utilité de la présence d'une page consacrée à un centre de bowling sur les réseaux sociaux est plus discutable.

Autant de bonnes raisons d'aborder en détail ces sujets dans notre prochain numéro en nous aidant de l'avis de spécialistes de la question pour vous aider à y voir plus clair.

Publi-Reportage



Vous souhaitez faire réaliser un reportage sur votre activité ?...

Nous intervenons partout en France pour réaliser un reportage, textes et images, pour mettre en valeur tel ou tel aspect de vos activités.

Tout comme pour les premiers annonceurs, nous vous réservons un tarif préférentiel de lancement des plus abordables et sous forme d'un **"pack-tout compris"** : déplacement, séance de prise de vues professionelle, et une ou plusieurs pages (selon votre budget) personnalisées seront réservées pour vous, dans le prochain numéro de ***"Bowling News - Business"***.

Contactez-nous au : 06 82 00 36 38 ou : **contact@bowlingnews.fr**

Design BowlersJournal



Comme chaque année en novembre le magazine américain **"Bowlers Journal"** a publié son numéro 'Spécial Design" qui récompense par des Awards les plus beaux centres de bowling au monde.
Neuf centres américains et deux centres allemand récompensés.
Aucun titulaire cette année en France !...

Vous avez la parole

Vous souhaiteriez voir aborder tel ou tel sujet dans les pages de *Bowling News - Business* ? Réagir à tel ou tel article ? Nos pages vous sont ouvertes ! N'hésitez pas à nous faire part de vos idées, suggestions, conseils, voir même critiques (constructives ;-)
au tél. : 06 82 00 36 38
ou sur **contact@bowlingnews.fr**

Exploitants de centres, le magazine *Bowling News - Business* s'adresse en priorité à vous. Je compte sur vous, pour vous exprimer dans nos pages, vous aurez carte blanche pour me formuler vos attentes et pour que nous créons ensemble ce nouveau journal ! *Bowling News - Business* peut, devenir votre tribune. Echangez avec d'autres propriétaires et exploitants de centres. Créer de toute pièce une synergie qui n'existe pas encore.

Alors, plus d'hésitations, à vos emails et téléphone !

Le magazine Bowling News est édité par Jm Editions
Lieux dit "Jaumarie" 24190 Saint Germain du Salembre
Tél : 06 82 00 36 38
email : **contact@bowlingnews.fr**

Responsable de publication : Jacques Mouchet
Ont participé à ce numéro :
Sophie Bouquet, Christophe Chauvard, Stéphane Fontaine, Serge Ghizzo, Johan Hemberg, Jurgen Holvoet, Bernard Mora, Annick Mouchet.

Imprimé par : EFIC Conception - Impression
61, rue Henri Laroche 60800 Crépy-en-Valois
Dépôt légal : DLP/ISSSN/07/2728 L
N° ISSN : 1958-1246 - N° de CPPAP : 0416 K 88984
Publication trimestrielle gratuite distribuée dans tous les centres de bowling français
n° 01 - Janvier/Février/Mars 2015,
1ère année - 4 parutions par an

BIENVENUE DANS L'UNIVERS BRUNSWICK

Depuis plus d'un siècle, Brunswick est le leader mondial dans l'installation des bowlings. Faites confiance à la force d'une multinationale et le savoir-faire de Valcke Bowling Service, son distributeur exclusif, pour la réussite de votre projet de bowling ou votre modernisation.



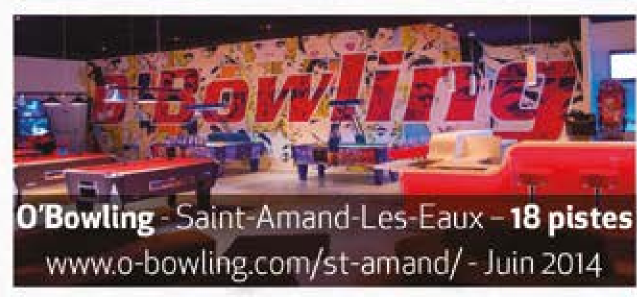
RhinOr Palace – Algolsheim – **8 pistes**
www.vitabox.fr - Juillet 2014











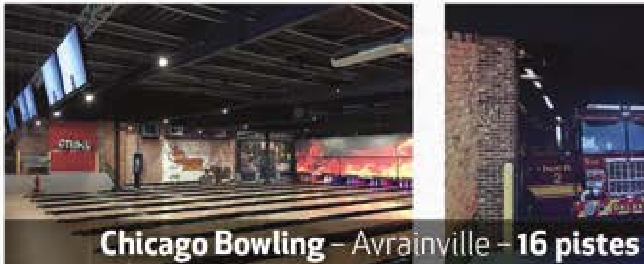
O'Bowling - Saint-Amand-Les-Eaux – **18 pistes**
www.o-bowling.com/st-amand/ - Juin 2014







La Factory - Moussy-Le-Neuf – **20 pistes**
www.escapefactory.fr - Décembre 2014



Chicago Bowling – Avrainville – **16 pistes**
www.chicago-bowling.fr - Décembre 2014

Bowling des Pyrénées - Rieux – **6 pistes**
Décembre 2014

VALCKE-BOWLING.FR
france@valckeservices.com

Service Commercial **03 44 25 20 58**

Valcke Services bvba - Menenstraat 423 - BE-8560 Wevelgem
Distributeur Exclusif de Brunswick Bowling

Brunswick

